

ANALISIS SWOT (*STRENGTHS, WEAKNESS, OPPORTUNITY, THREATS*) UNTUK MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN PADA PT PENERBIT ERLANGGA SURAKARTA



TUGAS AKHIR

Diajukan untuk Memenuhi Syarat-syarat Mencapai Sebutan

Ahli Madya Manajemen Pemasaran

Oleh:

Nabil Basthomy

NIM: F3214044

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2017

ABSTRAK

Analisis SWOT (*STRENGTHS, WEAKNESS, OPPORTUNITY, THREATS*) Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Pada PT Penerbit Erlangga Surakarta

Nabil Basthomy

F3214044

Analisis SWOT merupakan analisis yang seringkali digunakan berbagai organisasi dan industri salah satunya adalah PT Penerbit Erlangga. Analisis SWOT ini memiliki kegunaan untuk menentukan keputusan yang akan diambil oleh sebuah perusahaan dengan menganalisis berbagai kekuatan dan kelemahan internal untuk mengantisipasi berbagai peluang dan ancaman dari luar.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yaitu dengan mempelajari penyusunan strategi pemasaran PT Penerbit Erlangga berdasarkan Analisis SWOT (*Strenght, weakness, Opportunity, Threat*). Sumber data yang digunakan adalah sumber data Primer dan sekunder sedangkan teknik pengumpulan data dengan menggunakan interview dan metode observasi.

Berdasarkan analisis matriks SWOT maka diperoleh hasil strategi berdasarkan matriks SWOT yaitu PT Penerbit Erlangga berada pada posisi SO (*Strenght-opportunity*) dan pada tahap Growth Oriented (tahap pertumbuhan). Strategi yang dapat diterapkan oleh PT Penerbit Erlangga adalah dengan perlu memaksimalkan segala kekuatan yang dimiliki perusahaan dan memanfaatkan peluang yang dimiliki dengan cara meningkatkan pelayanan dan promosi, meningkatkan penetrasi pasar dan meningkatkan pengawasan terhadap konsumen.

Kata kunci: analisis SWOT, Manajemen Pemasaran

ABSTRACT

SWOT Analysis (STRENGTHS, WEAKNESS, OPPORTUNITY, THREATS) To Determine Marketing Strategy at PT Penerbit Erlangga Surakarta

Nabil Basthomy

F3214044

SWOT analytic is often used by various organizations and industries, one of them is PT Penerbit Erlangga. SWOT analytic has the utility to determine the decisions to be taken by a company by analyzing various internal strengths and weaknesses to anticipate external opportunities and threats.

The research use descriptive method that by studying the preparation of marketing strategy of PT Penerbit Erlangga based on SWOT Analysis (Strenght, weakness, Opportunity, Threat). Sources of data used are Primary and secondary data sources while data collection techniques using interviews and observation methods.

Based on SWOT matrix analysis, the result of strategy based on SWOT matrix PT Penerbit Erlangga is in SO position (Strenght-opportunity) and at Growth Oriented stage (growth stage). The strategy that PT Penerbit Erlangga can implement is to maximize all of the company's strengths to a take advantage of the opportunities it has by improving service and promotion, increasing the focus of project book sales, promoting more books on tryouts to a new customers.

Keynote : SWOT Analytic, marketing management

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul :

“ANALISIS SWOT (*STRENGTHS, WEAKNESS OPPORTUNITY, THREATS*) UNTUK MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN PADA PERUSAHAAN PT ERLANGGA SURAKARTA “ Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh dosen pembimbing untuk dijadikan syarat guna mencapai derajat ahli madya program Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta

Surakarta, 7 Juni 2017

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing



Drs. Djoko Purwanto, M.BA
NIP.19590116 198503 1 004

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul :

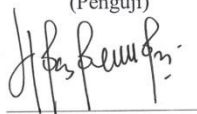
**ANALISIS SWOT (*STRENGTHS, WEAKNESS OPPORTUNITY, THREATS*)
UNTUK MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN PADA
PERUSAHAAN PT ERLANGGA SURAKARTA**

Telah disahkan oleh Tim penguji Tugas akhir program Studi Diploma III
Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Surakarta, Juni 2017

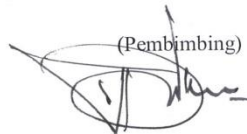
Tim Penguji tugas Akhir

(Penguji)



Amina Sukma Dewi, S.E., M.Sc.
NIP.197712072008122002

(Pembimbing)



Drs. Djoko Purwanto, M.BA
NIP.19590116 198503 1 004



(Tim Penguji KA Prodi)

Drs. Muhammad Amien Gunadi, M.P.

NIP. 19561023 198601 1 001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Sebelas Maret :

Nama : Nabil Basthomy
NIM. : F3214044
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
Judul Tugas Akhir (TA) : Analisis SWOT (Strenght, Weakness, Opportunity, Threat)
Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Pada PT Penerbit
Erlangga

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa Tugas Akhir yang saya buat ini adalah benar-benar
merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan/salinan/sanduran dari karya
orang lain.

Apabila ternyata dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia
menerima sanksi akademik berupa penarikan Ijazah dan pencabutan gelar sarjananya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, 9 Juni 2017.....
Mahasiswa



Nabil Basthomy
Nabil Basthomy
NIM. F3214044

MOTTO

“Saya meminta kekuatan kepada Allah, dan Allah memberikan kesulitan untuk saya selesaikan

-Shalahudin Al Ayyubi

Kemenangan yang paling utama merubah hati musuhmu dengan menggunakan kebaikan dan ketulusan

-Shalahudin Al Ayyubi

Jika seseorang mampu bertahan terhadap pahitnya hidup dalam waktu yang singkat, maka ia akan memperoleh kebahagiaan dalam waktu yang sangat panjang

-Tariq bin Ziyad

Tugas akhir ini saya persembahkan kepada :

1. Ayah dan Ibu saya yang tercinta
2. Keluarga besar saya yang selalu mendukung
3. Semua teman MP angkatan 2014
4. Keluarga besar PT Penerbit Erlangga yang telah mengijinkan saya magang di kantor perwakilan PT penerbit Erlangga

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr. Wb

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan karunianya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas akhir yang berjudul " **ANALISIS SWOT (STRENGTHS, WEAKNESS OPPORTUNITY, THREATS) UNTUK MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN PADA PERUSAHAAN PT ERLANGGA DI SURAKARTA**" guna melengkapi syarat untuk mencapai gelar ahli madya Manajemen Pemasaran.

Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini tidak terlepas tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak baik dari segi moril maupun materil. Oleh karena itu dengan segala hormat, ketulusan dan kerendahan hati penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Dr. Nunik Sri Runing Sawitir, M.Si sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Seblas Maret Surakarta
2. Drs. Mohamad Amien Gunadi, M.P. sebagai ketua program DIII manajemen pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Seblas Maret Surakarta
3. Drs Djoko Purwanto, MBA selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir
4. Keluarga besar saya, Ayah, Ibu, Kakaku dan keponaka saya yang terus memberikan semangat dan dorongan

5. Sahabat-sahabat saya di Manajemen Pemasaran angkatan 2014 yang telah memberikan support
6. Seluruh dosen, staff dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret yang membantu kegiatan belajar saya selama tiga tahun ini.

Dalam penulisan tugas akhir ini masih jauh dari kata kesempurnaan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dalam rangka untuk menyempurnakan karya tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dan perbaikan di masa yang akan mendatang

Surakarta, Juni 2017

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN ABSTRAK.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO & PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
A.Latar Belakang	1
B.Rumusan Masalah.....	4
C.Tujuan Penelitian.....	5
D.Manfaat Penelitian.....	5
E.Metodologi Penelitian.....	6
 BAB II LANDASAN TEORI	
A.Pengertian Pemasaran.....	9
B.Konsep Pemasaran.....	9
C.Pengertian Strategi Pemasaran	11
D.Pengembangan Strategi Pemasaran.....	13
E.Analisis Lingkungan Eksternal dan internal	19
F.Pengertian SWOT	22
G.Analisis SWOT.....	24
H.Kerangka Pemikiran	28

BAB III	PEMBAHASAN	
	A.Gambaran Umum Perusahaan	29
	B.Laporan Magang Kerja	42
	C.Analisis Pembahasan	49
BAB IV	PENUTUP	
	A.Kesimpulan.....	69
	B.Saran	70
DAFTAR PUSTAKA		71
LAMPIRAN.....		72

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1 Tabel Kegiatan Magang kerja	45
3.2 Tabel Analisis Matriks SWOT	52

DAFTAR GAMBAR

TABEL	Halaman
--------------	----------------

II.1 Diagram Analisis SWOT.....	22
II.2 Diagram Matriks SWOT	24
II.3 Kerangka Pemikiran	28
III.1 Lambang Perusahaan PT Penerbit Erlangga.....	30
III.2 Struktur Organisasi PT Penerbit Erlangga	36